

Cámara de Representantes

XLVIII Legislatura

DIVISIÓN PROCESADORA DE DOCUMENTOS

Nº 518 de 2016

S/C | Comisión de Turismo

DELEGACIÓN

Uruguay XXI

Versión taquigráfica de la reunión realizada
el día 11 de mayo de 2016

(Sin corregir)

Preside: Señor Representante Constante Mendiondo (Vicepresidente).

Miembros: Señores Representantes Ruben Bacigalupe, Andrés Carrasco y Carlos Reutor.

Delegados de Sector: Señores Representantes Catalina Correa, y Darcy de los Santos.

Invitados: Integrantes de Uruguay XXI, doctor Antonio Carámbula, Director Ejecutivo; licenciado Álvaro Brunini, Gerente de Inversiones; señor Sebastián Gómez, Asistente técnico.

Secretaria: Señora María Elena Morán.

Prosecretaria: Señora Adriana Cardeillac.

═════II═════

SEÑOR PRESIDENTE (Constante Mendiondo).- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión de Turismo tiene mucho gusto en recibir a una delegación de Uruguay XXI, integrada por el director ejecutivo, doctor Antonio Carámbula, el gerente de inversiones, licenciado Álvaro Brunini, y el asistente técnico, señor Sebastián Gómez.

Se hará una presentación y se responderá a las preguntas de la señora diputada Elisabeth Arrieta.

SEÑOR CARÁMBULA (Antonio).- Para nosotros es importante aprovechar esta invitación para presentar el trabajo que hacemos desde el instituto, que ya tiene veinte años y que está en un momento fermental y dinámico, producto de lo que será la próxima instalación del Sistema Nacional de Competitividad, que entiendo ya fue tratado a nivel de Comisión y que está a consideración del plenario. Ese Sistema Nacional de Competitividad permitirá un manejo más racional y eficiente de los tiempos, sobre todo de los ministros. Había varios gabinetes distintos y acá se fusionan en uno solo, el de la competitividad, al que se integra, además, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto. Habrá una serie de institutos, entre los que estarán Uruguay XXI, el Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional, Inefop, la Agencia Nacional de Investigación e Innovación, ANII, la Agencia Nacional de Desarrollo Económico, ANDE, el Instituto Nacional de Cooperativismo, Inacoop, el Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria, INIA, y la Agencia Nacional para el Desarrollo, lo que nos permitirá optimizar el manejo de los recursos. La idea es que estos institutos sean los instrumentos para llevar adelante las políticas que se definan a nivel del gabinete de competitividad. Creo que esto vale para todos los institutos, pero más en el caso de Uruguay XXI, que tiene un Consejo de Dirección, que preside el canciller de la República, y que integran además el señor ministro de Economía y Finanzas, y los ministros que están al frente de las Carteras vinculadas a la producción, como el señor ministro de Ganadería, Agricultura y Pesca, la señora ministra de Industria, Energía y Minería y la señora ministra de Turismo. Además, está integrado por el sector privado: la Cámara de Industrias del Uruguay, la Cámara Nacional de Comercio y Servicios, la Unión de Exportadores del Uruguay, la Cámara Mercantil, la Asociación Rural del Uruguay, el Instituto Nacional de Cooperativismo, la Asociación Nacional de Pequeña y Mediana Empresa y el PIT- CNT.

Más allá de ser un instrumento para llevar adelante las políticas que se definan a nivel del gabinete, del Poder Ejecutivo, nuestra razón de ser es convertirnos en una herramienta válida para el sector privado. De lo contrario, no tendría sentido nuestra función.

Nos dedicamos a promover las exportaciones, a atraer inversiones, a mejorar el entorno de negocios y, desde hace poco tiempo, a trabajar en el gerenciamiento de nuestra marca país, Uruguay Natural, y de las marcas sectoriales que de a poco van surgiendo; a medida que los distintos sectores se vayan desarrollando, seguramente tengamos más marcas sectoriales.

La visión de la agencia es ser un referente para la promoción del comercio exterior y la atracción de inversiones. Como les decía, somos la institución encargada de promover el crecimiento, consolidación y diversificación de las exportaciones con foco en la pequeña y la mediana empresa, y de contribuir a la captación de inversión extranjera y productiva. Ahora vamos a ver los números del país, pero el crecimiento sostenido que ha tenido Uruguay en los últimos años en parte se explica por las exportaciones; casualmente, en este último año que tuvimos una baja de más de un 10% en el nivel de

exportaciones, el crecimiento se sostuvo gracias a la captación de la inversión, sobre todo extranjera directa.

Nosotros nos especializamos en lo que se puede llamar la venta, la primera llegada. A su vez, pretendemos fomentar la cultura exportadora en general y el posicionamiento de nuestra marca país, Uruguay Natural. Como se imaginarán, una marca país bien posicionada es una herramienta importante para atraer más inversión, llegar a nuevos mercados, profundizar en los mercados en que ya estamos y ayudar a las empresas pequeñas y medianas a tener estatus exportador.

Con respecto a atraer inversiones, en la imagen vemos una foto en la que está el señor ministro Astori y un representante del banco J.P. Morgan. Esta foto se tomó el año pasado, en el marco de un evento en el cual el representante del banco J.P. Morgan nos comentó la impresión que había a nivel internacional de la situación uruguaya en materia de inversiones. Además, fue la oportunidad para lanzar una encuesta, dirigida exclusivamente a inversores extranjeros radicados en Uruguay. En esa lógica de ser una herramienta válida para el sector privado, queremos saber qué es lo que piensan los inversores al llegar a Uruguay, cuál es el factor que los lleva a tomar la decisión de llegar a Uruguay, cuáles son los problemas que tienen para instalarse, cuáles son las dificultades que tienen para crecer. Hay una que está en la tapa del libro que tiene que ver con algunos trámites burocráticos, que son históricos y que hay que solucionar. Uno puede tener percepciones, pero queremos saberlo de forma cierta. Esta encuesta la hicimos con la empresa Equipos Consultores y el próximo jueves 19 en la mañana, seguramente en el salón de actos de la Torre Ejecutiva, estaremos presentando su resultado, que sin duda será una herramienta muy importante hacia el futuro.

En materia de inversiones recalcamos que Uruguay es un país confiable, con estabilidad política, social y económica y seguridad jurídica. Estos son elementos importantes a la hora de presentar a Uruguay al mundo. También hablamos del mercado ampliado que implica el Mercosur y de algunos otros acuerdos que tenemos con otros países.

Quiero comprometer una opinión en ese sentido: Uruguay, en línea con lo que ha planteado el canciller y el propio presidente de la República, debe avanzar en acuerdos de tipo bilateral para profundizar sus mercados. El caso más claro es el de Europa. El hecho de que Uruguay haya tenido un crecimiento sostenido en los últimos años lo ubica, según la consideración del Banco Mundial, en un país de renta media- alta. Esa es una muy buena noticia, pero tiene su contracara: hemos perdido preferencias arancelarias para entrar al mercado europeo. Si no avanzamos en acuerdos, no podremos seguir colocando nuestros productos.

El año pasado, el presidente encabezó una importante delegación a Japón, y seguramente tengamos la posibilidad de ingresar con nuestras carnes al mercado japonés. En la medida que no tenemos un acuerdo bilateral con Japón, nuestro arancel estará cerca del 30%, mientras nuestros principales competidores en la región, en Asia, que son Australia y Nueva Zelandia, tienen acuerdos y un tema logístico que les permite entrar con un arancel del 9%. Si no hacemos acuerdos, perderemos la posibilidad de acceder a nuevos mercados.

También hacemos referencia a la facilidad para hacer negocios, a la calidad de nuestra gente en materia de talento y a la calidad de vida, que tiene que ver con la imagen país. Siempre decimos que Uruguay es un país para visitar, para invertir y para vivir. En materia de libertad de prensa y de situación ambiental en general -Montevideo es la capital con mejores niveles ambientales en la región-, Uruguay está bien posicionado,

lo que ayuda al momento de tomar la decisión de instalarse en el país, por lo que está presente en nuestras promociones.

Otra razón por la que las inversiones llegan sin duda es el grado inversor. Esto es algo muy importante que hay que defender. El presidente de la República, al año de haber asumido, el 1º de marzo, en cadena de radio y televisión, hizo un fuerte énfasis en la necesidad de defender a toda costa el grado inversor. Eso tiene mayor valor, sobre todo cuando vemos lo que sucede en la región con nuestros vecinos, que lo han perdido y tienen dificultades para atraer inversión. Uruguay se ha mantenido como un país que capta inversión extranjera directa.

Esto ha permito a Uruguay ser, luego de Chile, el país que capta mayor inversión en función de su producto bruto. Promedialmente, en los últimos diez años, ha captado un 5,3% del producto. Ese es un muy buen dato, pero hay otro que es muy significativo, que son los niveles de reinversión de las utilidades que obtiene Uruguay, que es un claro ejemplo de la confianza que tiene el inversor privado al llegar al país, no solo en el momento que llega, sino después de instalado, reinvirtiendo en el país. En Sudamérica, Uruguay es el país que tiene mayores niveles de reinversión, muy cerca de México.

Estas son algunas de las empresas extranjeras establecidas en Uruguay. Ya sabemos que faltan algunas. Casualmente hoy asistimos a un desayuno de trabajo en el que la ministra Carolina Cosse utilizó esta diapo para presentar las empresas. Al lado nuestro estaba el representante de Enel, una empresa italiana que está manejando campos eólicos, y se quejó de que no figuraba en la lista. Hay muchas; esto es solo una muestra. No suele ocurrir, pero por suerte nos pasa que se nos complica armar el mapa en función de la cantidad de empresas que apuestan al país.

Los principales orígenes de la inversión extranjera directa siguen siendo Argentina, Finlandia y Chile -asociadas a las pasteras-, Países Bajos, Brasil, España, Estados Unidos e Inglaterra. Estados Unidos, a diferencia de lo que ha sucedido con los principales destinos de nuestros productos, en el último año ha tenido un crecimiento importante. Siguen siendo China y después Brasil los principales destinos de nuestras exportaciones. En el caso de Brasil me voy a ahorrar la explicación de lo que está sucediendo, pero ha tenido una caída importante del producto. En el caso de China, no; ya quisiéramos crecer a la tasa china, pero ya no son las tasas de dos dígitos; eso se empieza a notar en los países de la región. Sin embargo, sigue siendo el principal destino de nuestros productos. Estados Unidos pasó de un 4% -en el año 2014 exportamos por aproximadamente US$ 470.000.000 y el año pasado por US$ 630.000.000, lo que significó un crecimiento de un 40% respecto al año anterior- a un 7%, ubicándose en el tercer lugar de destinos de nuestras exportaciones de bienes. Además, es uno de los principales destinos de nuestras exportaciones de servicios. Es el principal comprador de servicios. Casi un 50% de los servicios globales que exporta Uruguay va a Estados Unidos.

Los distintos sectores: la construcción y desarrollo inmobiliario, constituyen prácticamente la cuarta parte; la industria manufacturera, otro tanto; ganadería, agricultura y forestación, también más o menos lo mismo; y después se divide entre comercio, servicios e intermediación financiera.

Lo que hacemos nosotros es trabajar para captar la inversión productiva. Asesoramos a inversores extranjeros con información personalizada, datos macroeconómicos, de mercado, de trabajo. Tenemos un área de inteligencia competitiva que colabora fuertemente con el departamento de inversiones. Es la misma que proporciona los datos, mes a mes, de los niveles de exportación y que hace las fichas país para permitirnos acceder a mercados. Además, nos dedicamos a la elaboración y a

la coordinación de agendas a potenciales inversores con entidades del gobierno y demás. Cuando las empresas llegan al país, la ventana natural es Uruguay XXI, donde les hacemos una presentación.

Por ejemplo, el embajador uruguayo en Paraguay, Federico Perazza, con quien trabajamos muy bien, preparó una misión de dirigentes de empresa que vendrán del 18 al 21 de mayo a ver oportunidades de inversión en Uruguay. La primera reunión será con Uruguay XXI, donde les haremos una presentación general del país. A partir de eso irán a diferentes empresas, Zonamérica, etcétera. La idea es ser una puerta de entrada al país.

Intentamos profesionalizarnos cada vez más en la presentación. A veces, uno no tiene idea de la importancia que tiene la capacitación y el entrenamiento para que el equipo que dirige Álvaro Brunini tenga mayores capacidades para hacer las presentaciones. Me refiero a la forma y al idioma; tenemos las condiciones para hacer presentaciones en español, en inglés y en portugués, con un entrenamiento permanente.

Estos son algunos de los eventos. Todas nuestras actividades son aprobadas en el marco del Consejo de Dirección que preside el canciller. En lo que va del año, por señalar algunos, en el marco de la visita del presidente Hollande, hicimos una cena de negocios, en la que estuvo la delegación empresarial que acompañó al presidente francés, el secretario de Estado y de comercio de Francia, el señor ministro Astori, el subsecretario, Pablo Ferreri, y algunas empresas instaladas en el país vinculadas a la comunidad francesa. Estuvo Saceem, cuyo director general es activo integrante de la Cámara Uruguayo Francesa, y Virbac, ex Santa Elena, hoy de capitales franceses y uno de los principales creadores de productos biotecnológicos y farmacológicos para enfermedades animales del mundo.

Un extra que tenemos, cuando hacemos una presentación, es que los propios empresarios instalados en Uruguay, que ni siquiera son uruguayos -lo que agrega valor-, hablen de las ventajas que tiene instalarse en el país. Hicimos ese encuentro de negocios con productos uruguayos, del programa Un Paseo por los Sentidos, que coordina Uruguay XXI, y en el que participan el Ministerio de Turismo, el Instituto Nacional de Carnes, el Instituto Nacional de la Leche y el Instituto Nacional de Vitivinicultura. De modo que hubo quesos, vinos, aceites y carnes uruguayas, e imágenes turísticas, por supuesto.

Otros foros fuera del país: en el caso del Foro de Negocios de Rusia- América Latina, hicimos presentaciones en el foro de inversiones que se realizó en el Hotel Sheraton y algunas actividades específicas en Buenos Aires, donde siempre contamos con el apoyo del embajador Lescano. Aquí no figura la que hicimos el otro día en Porto Alegre, donde tuvimos el apoyo de la cónsul general de Porto Alegre. Este es un poco el trabajo que estamos haciendo.

Por supuesto, tratamos de coordinar con los ministerios. Fuimos los encargados de hacer -y se la entregaremos ahora- la carpeta de presentación general del plan de obras público del Gobierno. Hay material sobre las PPP, que han causado mucha expectativa por parte de los potenciales inversores extranjeros. Ahora estamos coordinando con el Ministerio de Industria, Energía y Minería y el Sistema Nacional de Inversión Pública de la OPP para hacer una cartera más depurada. Iniciativas hay muchas, algunas con más viabilidad que otras. Hace poco anunciamos en el Consejo de Dirección que es nuestra intención trabajar en una cartera de proyectos privados. Desde el Estado esto es algo complicado, porque terminás favoreciendo a unos y a otros no. El instituto, al tener una cobertura privada y no estatal, lo puede hacer con mucho cuidado, porque es algo que necesitamos. Cada vez más se nos acercan consultoras y estudios de abogados con fondos financieros que tienen posibilidades de instalarse en el país y muchas veces no van por el lado de la inversión pública. Creo que estamos en condiciones, como hacen

otros países -no es invento nuestro-, de tener una cartera de proyectos privados que facilite la presentación, haciéndolo públicamente y con todas las garantías del caso, para que esos capitales que tienen intención de llegar al país, puedan encontrarse con proyectos de desarrollo viables, de carácter productivo, que sirvan para el país.

En particular, quería resaltar dos giras que va a realizar el Instituto Uruguay XXI, junto con Inalog. Por supuesto, estas se realizarán en coordinación con los embajadores uruguayos en los distintos países. La primera de ellas la realizaremos por los países nórdicos y Austria, donde visitaremos el sector forestal madera.

Como es sabido, el país ha hecho una inversión muy importante en el desarrollo forestal, y se ha avanzado en cuanto a pasar de los rolos al chipeado y a la planta de celulosa. En breve, vamos a tener una gran cantidad de pinos y tenemos que estudiar qué otro tipo de desarrollos forestales podemos llevar adelante y, para eso, precisamos inversiones.

La otra gira será por España y Portugal, haciendo foco en Barcelona, donde se desarrollará una feria logística. En este caso, contamos con la colaboración del embajador Bustillo y también -por estar tan cerca- de la embajadora de Portugal, doctora Brígida Scaffo, que hace poco estuvo en una semana de promoción de inversiones de Portugal que se realizó acá. Nosotros también vamos a hacer una presentación en Lisboa.

En cuanto al Foro de San Petersburgo, quiero señalar que ya está confirmada la participación del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, que va a hacer una presentación orientada a agronegocios. En ese marco, con el proyecto UPS, al que hacía referencia, vamos a hacer algo a escala uruguaya, pues estamos hablando de un evento al que concurren más de diez mil personas.

Nosotros vamos a hacer una presentación tratando de ingeniarnos para que combine el clima con los productos que tenemos. La idea es presentar nuestro caviar, porque somos el octavo exportador de este producto en el mundo y el único de la región; además, uno de los destinos, tanto del caviar como del esturión, es Rusia. También vamos a llevar nuestros quesos, vinos y un plato con strogonoff. Esto nos permite mostrar la carne, la crema de leche, el arroz. Además, vamos a presentar postres con cítricos y arándanos. Queremos que los productos que tienen potencial de exportarse allí estén presentes. Este evento se realizará a fines del junio, y estamos coordinándolo con el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca.

En cuanto los servicios globales, Uruguay ha venido creciendo, salvo el año pasado que tuvimos un descenso de 11,6%, debido a las dificultades de nuestros principales mercados y también por la caída del precio de nuestros principales productos de exportación -a excepción de la carne-, que son la celulosa, la soja, los lácteos y el arroz. De todas maneras, prácticamente las dos terceras partes de nuestras exportaciones son bienes y un tercio, servicios. Dentro de ese tercio -que son alrededor de US$ 4.000.000.000; llegamos a casi US$ 5.000.000.000 en 2014 y a algo más de US$ 4.000.000.0000 en 2015, que se compensó porque el turismo tuvo una mejor performance-, más de 40% son servicios tradicionales -estamos hablando básicamente del turismo-, 10%, 12%, 15% corresponde a transporte y logística, y el resto son servicios no tradicionales, sobre todo servicios globales, aquellos que desde acá se brindan al mundo. Esos servicios son particularmente importantes y no hay restricción por la distancia; es decir, no impacta. Uruguay está muy bien ubicado entre Estados Unidos, que es el principal comprador, y Europa y tiene una cultura similar a los principales compradores. Decimos que somos competitivos a precios razonables; no somos más baratos que la India, que también exporta servicios. Tenemos una cultura que nos

permite interactuar mejor con los principales compradores de estos servicios -se trata de empresas no contaminantes, que han vivido crisis también- y, por otro lado, colabora con la llegada de inversiones.

La inversión extranjera directa es sin duda muy importante, ya que genera nuevos puestos de trabajo de calidad, pues son servicios que no se dan hacia adentro, sino hacia afuera. Hay una cultura laboral muy importante que llega al país a través de estas empresas. Hoy existe una gran movilidad laboral. Los jóvenes que trabajan en empresas internacionales traen esa cultura de trabajo para acá. Se podrán imaginar que para nosotros no es lo mismo salir al mundo a presentar a Uruguay como un destino de inversiones si decimos que aquí están instaladas empresas como la BASF alemana, Tata Consultancy o Mercado Libre, por nombrar solo algunas de las que están acá. Hay muchas empresas que apostaron al Uruguay y eso ayuda mucho al posicionamiento de nuestra marca país. También hay muchas empresas chicas, unipersonales, Pymes, que trabajan a diario con nosotros, que integran la Cámara de Tecnología de la Información, la CUTI. Cuando estas empresas alcanzan el nivel exportador, se genera un cambio cualitativo en la cultura empresarial y también en la calidad de vida de la gente que las integra.

Hemos venido trabajando en los servicios globales en cuatro sectores, que luego comentaremos. Desarrollamos herramientas de promoción, que se muestran en los folletosque les hemos traído. Al final de esta exposición, vamos a presentar un video que muestra Uruguay al mundo, realizado en español, pero que también está en inglés, portugués y en otros idiomas, como chino, japonés, italiano, por la Expo Milán del año pasado.

Quiero referirme a un evento en particular que está asociado a la convocatoria que nos hizo la señora diputada por Maldonado, que es la Cumbre Empresarial China- LAC. La agencia de promoción china, CCPIT -salvando las diferencias, vendría a ser la contraparte de Uruguay XXI-, está pensando instalarse en el país, como ya lo ha hecho en Brasil, Colombia, México y Costa Rica. Hace un par de meses vino una delegación para estudiar la posibilidad -que es casi un hecho- de que Uruguay sea sede de la próxima China- LAC. Se trata de un encuentro China- Latinoamérica para promoción de inversiones; un año se hace en Latinoamérica y otro, en China. El año pasado se hizo en Guadalajara, México, en el que participó Álvaro Brunini y el embajador uruguayo en ese país, Jorge Delgado, oportunidad en que reiteramos la intención de ser organizadores.

Este año la cumbre se hace en China, seguramente va a participar una delegación importante, y se llevará a cabo en la ciudad cercana a Beijing: Tianjin. Y el año que viene la idea es hacerla en Punta del Este, en octubre, aprovechando el Centro de Convenciones.

En esta misión a la que hicimos referencia, tuvimos la posibilidad de mostrar algunos de los principales hoteles, como el Conrad, el Gran Hotel Uruguay, etcétera. También mostramos una visita guiada al Centro de Convenciones. Hubo mucha conformidad con nuestra presentación. El Canciller mandó una nota formal a CCPIT, y seguramente, en oportunidad de la reunión de la Comisión Mixta Uruguay- China, en la que va a participar el Vicecanciller Cancela, podremos firmar el protocolo de acuerdo. Esa es una muy buena noticia. Sin duda, habrá que trabajar en ese sentido. En primer lugar, hay que lograr que China- LAC se realice en Uruguay y, en segundo término, lograr que importantes empresas vengan al país. Uruguay XXI fue designado por el Canciller como el punto focal para la organización de este evento. Por lo tanto, se podrán imaginar que tenemos bastante trabajo por delante.

Por otra parte, tenemos acordado un evento con la Unión Europea para el año que viene, precisamente, para hablar sobre inversión europea en el país. Este evento se hizo este año en Paraguay. La idea es hacerlo en Montevideo a fines de junio del año que viene. Esta es una muy buena oportunidad que se enmarca en el avance de las conversaciones entre ambos bloques, Mercosur y Unión Europea. Es más: no descartamos hacerlo en la sede del Mercosur. Pensamos que van a ser dos o tres días de trabajo, en los cuales la Unión Europea se asegurará la llegada de inversores importantes, precisamente, para ver las oportunidades que hay en Uruguay. En materia de inversiones tenemos para entretenernos con estos dos eventos.

Con respecto al motivo de la consulta, decimos que Maldonado es una de nuestras principales preocupaciones, porque es un gran atractor de inversiones. En ese sentido, el Instituto viene realizando giras por todo el país -algunas en acuerdo con el Ministerio de Industria, Energía y Minería-, mostrando el potencial de las Pymes. El año pasado estuvimos en Rocha, Cerro Largo, Florida y Maldonado. Para este año tenemos previsto estar en Canelones, Río Negro, Salto y Lavalleja.

Cuando estuvimos el año pasado en Maldonado, lo hicimos en acuerdo con la Cámara de Comercio y con los departamentos de desarrollo de la Intendencia de Maldonado. En esa oportunidad, también estuvo presente el intendente Antía. También se hizo el "Foro Piriápolis Ciudad Inmobiliaria", en el Pabellón de las Rosas, que fue una iniciativa de la Agencia de Promoción Turística de Piriápolis, Protur. Tengo entendido que este año se va a repetir y nuestra intención es volver a acompañarlo. Para realizar este evento hubo apoyo departamental y participaron el subsecretario del Ministerio de Turismo y la Cámara Uruguaya de Turismo. También quiero destacar que fuimos invitados por la Intendencia de Maldonado a integrar la Agencia de Desarrollo Departamental de Maldonado, lo que aceptamos; de hecho, los representantes de la Agencia somos Álvaro Brunini y yo. Hemos tenido reuniones y un intercambio permanente con la Cámara de Comercio de Maldonado. Estamos colaborando con el Centro de Convenciones -precisamente para promover actividades- cuya inauguración será el 24 de julio. Esto significa un gran esfuerzo para el país y para el Gobierno departamental, ya que parte de la inversión se hace a partir de la renovación del canon del Hotel Conrad. Además, es una muy buena noticia para el turismo. Punta del Este es un lugar que tiene una gran capacidad ociosa durante gran parte del año y lograr que tenga un centro de convenciones es un acierto para todo el país. Además, si eso se acompaña con el desarrollo universitario que hoy tiene, con el nuevo régimen de zonas francas que será aprobado próximamente y con la posibilidad de instalar importantes centros de salud y centros audiovisuales, sin duda, vemos que Maldonado se está trasformando en un polo que complementa el turismo.

Algunas de las inversiones previstas son el Centro de Convenciones, los anuncios del Hotel Conrad, la licitación del Argentino Hotel, que está en curso, la inauguración de la segunda laguna artificial de la región, Crystal Lagoon de Solanas, la renovación del Hotel San Rafael

Para no detenernos solo en los temas turísticos, podemos mencionar también los parques eólicos. Sin duda, Maldonado es un destino importante de inversiones.

Estos son los proyectos aprobados por la COMAP en Maldonado. No estamos hablando solo de proyectos turísticos, comerciales, industriales o agropecuarios. Pero no está contemplado el desarrollo inmobiliario, porque no es pasible de exoneraciones a la inversión; eso no está contemplado en la ley de promoción de inversiones. Como dije, estos son proyectos aprobados, lo que no quiere decir que después todos se ejecuten, pero en general el porcentaje de ejecución es importante.

Como verán, el turismo sigue siendo el principal factor de captación de inversión o asociados; la industria, servicios, agro y comercio, es bastante menos.

La otra tarea que hacemos para que esto se pueda concretar es mejorar el entorno de negocios. En materia de servicios globales quería comentarles los trabajos que hacemos a partir de la creación del portal Smart Talent, que originalmente fue un portal de oportunidades laborales. Básicamente, estamos pensando en estudiantes que pueden acceder a trabajar en estas empresas o microempresas exportadoras de servicios. Hoy, tenemos 8.500 empresas registradas en este portal, 200 empresas usuarias, más de 400 oportunidades de negocios publicadas y más de 14.000 test de autoevaluación realizados. Este es un portal de tendencia, donde los jóvenes pueden saber qué es lo que está pasando con el mercado de los servicios globales. Además de nuestro trabajo, la idea es enganchar a los muchachos que demandan trabajo a las empresas con el sector académico. En ese sentido, tenemos acuerdos con todas las universidades públicas y privadas, precisamente para trabajar en la aprobación de este portal y de los servicios globales. Omití decir que el programa de servicios globales que ejecuta el Instituto Uruguay XXI es un programa BID, 2003- 2012, producto de la dinámica que empezó a tener la exportación de servicios en el país. El decano de la Facultad de Ciencias, Juan Cristina, ha hecho un gran trabajo y es un gusto trabajar en conjunto.

En la Feria Empléate, de 2014, participaron ocho empresas públicas. El año pasado, en que comenzamos a trabajar con ellos, participaron quince empresas y todas del sector privado. Esto es lo que estamos buscando, es decir, vincular al empresario privado con la demanda de trabajo y con la academia. Este año hicimos la semana de Smart Talent en la Facultad de Ciencias, con el decano Juan Pedro Mir, y funcionó muy bien. Para este año tenemos prevista una actividad de consolidación de Smart Talent, con un día en particular.

Otro aspecto que venimos trabajando con Inefop refiere a los *finishing school*, que son una herramienta de atracción de inversiones. Se trata de capacitación permanente para empresas del sector de exportación de servicios globales. Por ejemplo, en el acuerdo que se hizo con BASF alemana estaba previsto que hubiera determinados apoyos en materia de capacitación, y fue lo que terminó, entre otras cosas, llevando a que la empresa tomara la decisión de finalmente instalarse en el país. Esta herramienta se gestionó a través del programa de Servicios Globales de Uruguay XXI y en acuerdo con el Banco Interamericano de Desarrollo. Próximamente, vamos a firmar un acuerdo con Inefop, que es el que tiene fondos para este tipo de tareas.

En cuanto al tema de mejorar el entorno de los negocios, tenemos otro programa BID -que dejó de serlo a partir del 1º de febrero de este año-, que es la Ventanilla Única de Comercio Exterior. Este programa nace en la Dirección Nacional de Aduanas, pasa a ser gestionado por Uruguay XXI y hoy forma parte de él, facilita los procesos de exportación y de importación en el país. De los más de ciento veinte procesos detectados, tenemos cuarenta y seis en funcionamiento. Estamos convencidos de que este año vamos a incluir la exportación de carnes dentro de la Ventanilla, que sería un gran adelanto. Estamos trabajando muy bien con los Ministerios de Ganadería, Agricultura y Pesca, Salud Pública e Industria, Energía y Minería, así como con la Aduana. Hay 2.000 usuarios registrados en la plataforma, 130.000 documentos emitidos y 3.000 usuarios capacitados. Pensamos que en breve todos estos protocolos que ingresaron a la plataforma se harán únicamente en forma *on line.* Creo que el trámite tiene un costo de $ 50. Esto evita que las personas se tengan que mover y la discrecionalidad del funcionario, porque esto es público y todos podemos saber cuál es el estado en el que está nuestro trámite. Eso aporta a la democratización y, sin duda, al entorno de negocios en el país.

Para finalizar, vamos presentar un video que resume lo que hacemos cuando llegamos a algún lugar o viene algún inversor.

Nosotros colaboramos con el sector privado, y con el sector público, con los Ministerios de Economía y Finanzas, de Industria, Energía y Minería, con Cancillería, en el armado de las presentaciones a nivel país.

Estas presentaciones están en nuestra web y los videos también, pero no se pueden modificar para evitar problemas. Si se necesita hacerlo, nos tienen que solicitar autorización, porque puede pasar que una empresa en particular quiera tener un foco muy específico en algún tema. Los videos y demás están a disposición y se pueden bajar. La idea es que sirvan a estos efectos.

(Se proyecta un video)

SEÑOR BACIGALUPE (Rúben).- Les agradecemos la presentación.

Teniendo en cuenta el trabajo que están haciendo, queremos saber qué relacionamiento tienen con los gobiernos departamentales, que son muy importantes para captar inversiones en el interior del país.

SEÑOR CARÁMBULA (Antonio).- Al poco tiempo de empezar este nuevo período tuvimos una reunión con el Congreso de Intendentes, donde hicimos una presentación similar a esta y nos pusimos a las órdenes.

Estamos trabajando en la promoción de la cultura exportadora con las Cámaras de Comercio. Esto surge de la inquietud de una Cámara, pero muchas veces de las propias intendencias; esto lo hacemos en acuerdo con las intendencias. De hecho, a veces lo hacemos en los propios locales departamentales, comercios, clubes, lo que sea, pero siempre con las Intendencias.

En la de Maldonado, Canelones y en otras intendencias se está trabajando muy bien en generar departamentos o áreas de desarrollo. Ahí nosotros estamos colaborando permanentemente, como también en presentaciones y en proporcionarles materiales cuando los necesitan. La idea es coordinar con las intendencias.

De hecho, también las invitamos a nuestras salidas. En la reciente visita que hicimos a Porto Alegre, en la sede de la Federación de Industrias, participaron algunos empresarios brasileños instalados en Uruguay. Fuimos acompañados por empresas que tienen proyectos de inversión para presentar, por consultoras y por el área de desarrollo de la Intendencia de Canelones. Es algo que hacemos permanentemente y que pretendemos profundizar.

SEÑOR BRUNINI (Álvaro).- Para nosotros es muy importante el trabajo con las distintas intendencias porque la inversión termina instalándose en una localidad concreta. Por ello es muy importante tener una contraparte en la intendencia.

Hemos participado en misiones en el exterior, con diferentes intendencias, pero también nos consultan cuando ellas van al exterior. La de Maldonado me consta, porque utiliza nuestros propios materiales. También colaboramos en la capacitación y en el asesoramiento de los materiales a desarrollar. Tenemos una fortaleza importante en el desarrollo de materiales específicos para la promoción de inversiones en el exterior. Obviamente, las intendencias muchas veces no cuentan con los recursos técnicos necesarios y se apoyan en nuestro trabajo.

SEÑOR DE LOS SANTOS SEVERGNINI (Darcy).- Agradecemos la presencia y la exposición, que ha sido muy exhaustiva de lo que el instituto hace y de la presentación de Uruguay. Ha quedado muy clara la institucionalidad y el trabajo conjunto con el mundo

privado a la hora de salir al exterior y no solo con lo que se genera acá, sino con los que se han radicado en el país. Es un factor fundamental, cuando uno va al exterior, presentar las experiencias de quienes han arriesgado, porque siempre el negocio es un riesgo. Les agradezco y los felicito. Por supuesto, mantendremos las consultas durante toda esta legislatura, porque es bueno que ese diálogo tenga continuidad.

SEÑOR PRESIDENTE.- Todos somos diputados del interior y todos estamos deseosos de que haya inversiones y se genere trabajo. Quizás no todos percibamos esa institucionalidad de la que hablaba el diputado preopinante de la misma manera. ¡Cuídense cuando todos perciban que pueden echar mano a Uruguay XXI! Estamos en el camino y creo que, en conjunto, podemos hacer sinergia para que tengan mayor presencia en todos lados.

SEÑOR CARÁMBULA (Antonio).- Nosotros nos manejamos con dineros públicos así que lo que corresponde es rendir cuentas al Parlamento las veces que sean necesarias. Las veces que lo entiendan pertinente, aquí estaremos.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias.

(Se retira de Sala la delegación de Uruguay XXI)

——Dese cuenta de los asuntos entrados.

(Se lee:)

———Con respecto a las plataformas electrónicas, la Comisión Especial de Ciencia, Innovación y Tecnología resolvió invitar a las Comisiones de Turismo y de Transporte, Comunicaciones y Obras Públicas, que había pedido integrarse. La que integra es la Cámara, pero no hay posibilidad de integrarlas, porque es un problema de innovación. Individualmente, atraviesa a varias comisiones, porque las plataformas digitales van mucho más allá, pero la comisión natural es la que tiene esto a estudio. Concurrí a dos sesiones de esa Comisión y han sido muy interesantes. Los invitados están haciendo ver que el proyecto de ley del Poder Ejecutivo es abierto pero muy pensado en función de Uber. Hay economía colaborativa en algunos casos y lucrativa en otros, por lo que hay que tener una mirada muy integradora.

Por el otro tema, deberíamos juntarnos con la Comisión de Hacienda. En este momento no se está considerando.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

——Se solicitará, a través de Secretaría, las versiones taquigráficas de la Comisión Especial de Ciencia, Innovación y Tecnología y de la Comisión de Hacienda, en lo que refiere al proyecto de ley sobre aranceles de las tarjetas de crédito.

SEÑOR REUTOR (Carlos).- Nosotros no manejamos ninguno de estos tres proyectos de ley. Ha concurrido la Cámara Uruguaya de Turismo a plantear sus inquietudes sobre estos temas. Lo que tendríamos que hacer es enviar un correo explicando que estos proyectos están en la órbita de otras comisiones y que deberían solicitar audiencia allí, porque nosotros no definimos sobre ellos.

SEÑOR DE LOS SANTOS SEVERGNINI (Darcy).- Ante una solicitud de audiencia, me parece que corresponde atenderlos. Sin contradecir al señor diputado Carlos Reutor, les podríamos plantear que nos tenemos que hacer de los insumos que existen para tener una opinión formada -porque los temas no son materia específica de estudio de esta Comisión- y luego poder recibirlos. Además, debemos hacer una construcción política con los compañeros que participan en ellas. Es cierto que algunos de estos temas

ya fueron planteados por esta misma agremiación, pero más que remitirlos a las otras comisiones creo que podríamos pedir ese tiempo, para luego convocarlos.

SEÑOR BACIGALUPE (Rúben).- Quizás vengan a hacer algún aporte a los proyectos de ley que se están analizando, por no considerarlos convenientes. Esto independientemente de lo que se venga tratando en las comisiones, que habrán tenido aportes de los interesados en el tema.

Tenemos pendiente el proyecto de ley sobre las inmobiliarias.

SEÑOR CARRASCO (Andrés).- Habría que tramitar la solicitud. Más allá de que las plataformas electrónicas abarquen varios temas, puede haber algo puntual que deberíamos incluir. Este proyecto de ley sale básicamente por Uber. Tiene muchos puntos transversales con distintos actores, pero el espectro es tan amplio que habría que contemplar las particularidades.

SEÑOR PRESIDENTE.- Todos estamos con la idea de que aún no estamos en condiciones de dar respuesta. Les propongo enviar una nota a Camtur explicando la situación y dejando en sus manos la posibilidad de reunirnos ahora o esperar un tiempo. Quizás cuando expliquemos que el tema está en otras comisiones y que nos estamos informando, Camtur entienda que no es el momento oportuno para reunirnos. Si tienen particularidades que plantear, insistirán.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

——Con respecto al tercer punto, queda delegado el señor diputado Rúben Bacigalupe.

(Se suspende la toma de versión taquigráfica)

——El presidente del BPS, con quien nos hemos encontrado en otras Comisiones, no ha dicho que la información requerida le genera al Banco un esfuerzo enorme. Nos pidió si era posible buscar alguna alternativa. No sé bien lo que se pide, pero creo que tiene que ver con altas y bajas.

(Se suspende la toma de versión taquigráfica)

——No habiendo más asuntos para tratar, se levanta la reunión.

≠